

# 2022年6月期 決算説明資料 (HP版)



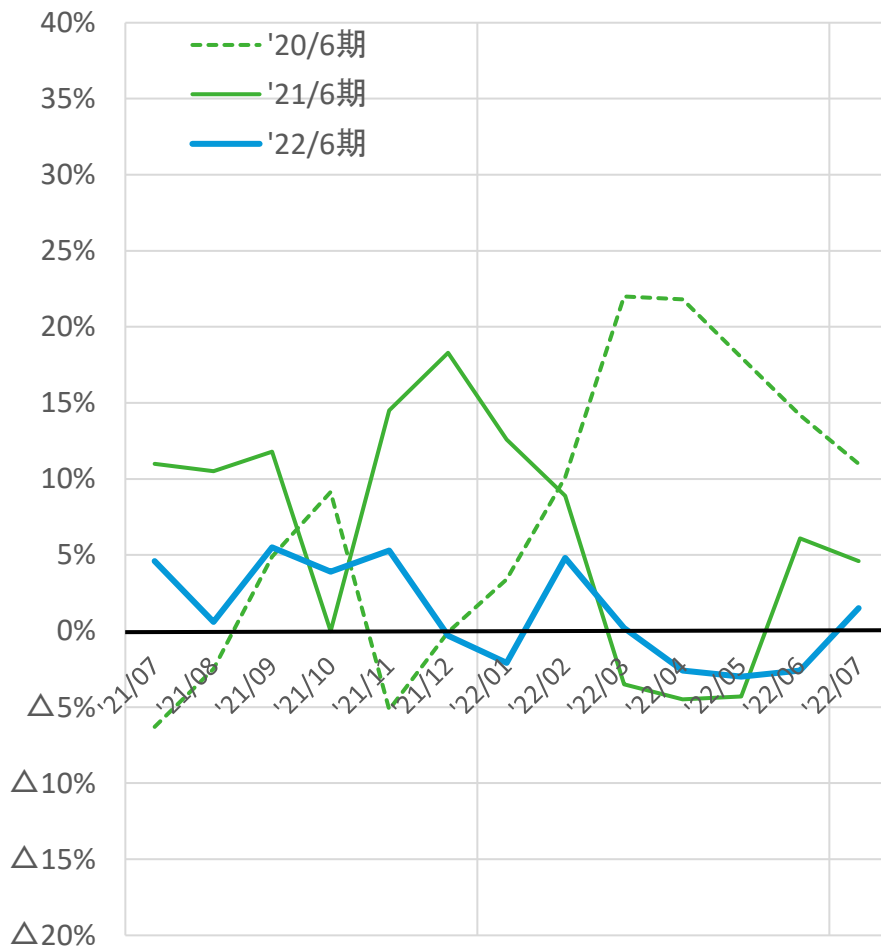
Genky DrugStores株式会社  
(東証一部 9267)

2022年7月

## 1. 22年6月期 実績振り返り

## 2. 戦略

# 既存店売上高 前年対比推移



[1Q]	既存店	+3.5%	(全社 +13.1%)
[2Q]	既存店	+2.9%	(全社 +10.8%)
[3Q]	既存店	+1.0%	(全社 +11.0%)
[4Q]	既存店	<u>△2.7%</u>	(全社 + 6.5%)

## 既存店の内訳

R店	△1.7%
大型店	△4.8%

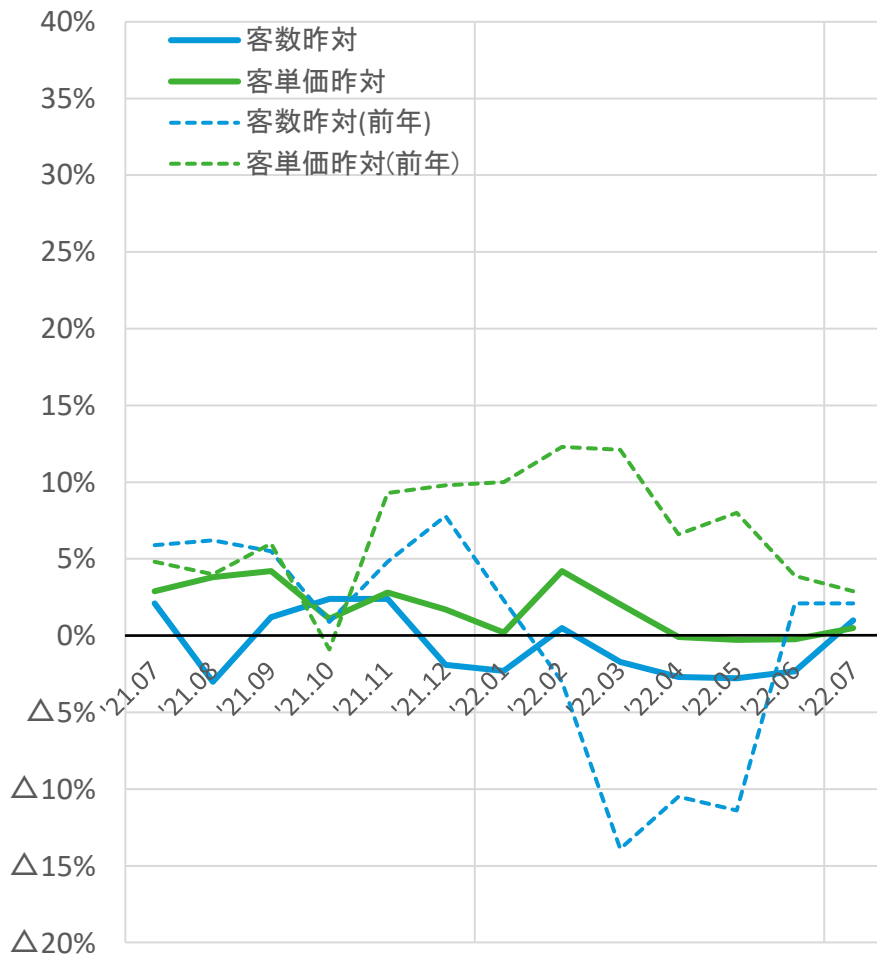
[通期]	既存店	<u>+1.1%</u>	(全社 +10.2%)
------	-----	--------------	-------------

## 既存店の内訳

R店	+3.2%
大型店	△2.4%

※注 2022.6期の数値は、2021.6期と整合させるため収益認識に関する会計基準の影響を反映しておりません。

# 既存店客数・客単価 前年対比推移



[1Q]	客数	+0.1%	客単価	+3.6%
[2Q]	客数	+1.0%	客単価	+1.8%
[3Q]	客数	△1.2%	客単価	+2.1%
[4Q]	客数	△2.6%	客単価	△0.2%

## 客単価の内訳

一点単価 +1.3円 (196円→197円)  
買上げ点数 △0.1個 (10.4個→10.3個)

[通期]	客数	△0.7%	客単価	+1.8%
------	----	-------	-----	-------

## 客単価の内訳

一点単価 +1.4円 (196円→197円)  
買上げ点数 +0.1個 (10.2個→10.3個)

※注 2022.6期の数値は、2021.6期と整合させるため収益認識に関する会計基準の影響を反映しておりません。

# 2022年6月期 累計期間 前年比



(単位:百万円)

	2021.6期 累計期間		2022.6期 累計期間		前年比	
	金額	売上比率	金額	売上比率		率差
売上高	142,376	100.0%	154,639	100.0%	-	-
荒利益高	30,289	21.3%	30,954	20.0%	-	-
販管費	23,994	16.9%	25,279	16.3%	-	-
営業利益	6,294	4.4%	5,675	3.7%	-	-
経常利益	6,601	4.6%	6,087	3.9%	-	-
当期純利益	4,831	3.4%	4,420	2.9%	-	-
新規出店	46店		43店			
大型店→R店改装	1店		21店			
(退店)	1店		0店			

売上高 : ディスカウント戦略、新規出店により増収  
 荒利益高 : 引き続きディスカウント戦略の深耕によって荒利益率の引き下げ  
 販管費 : ポイント販促・チラシ抑制は継続、新入社員の積極的採用、光熱費の増加

※注 2022.6期の各数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しているため、前会計期間との比較等は記載しておりません。

# 2022年6月期 第4四半期 会計期間 前年比



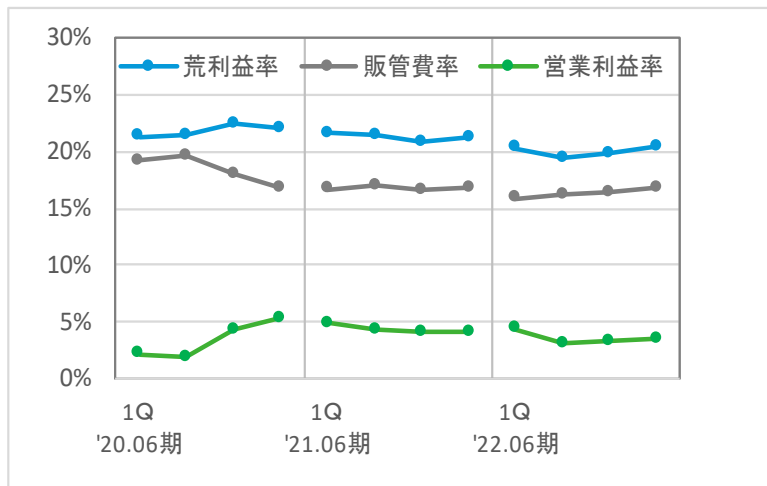
(単位:百万円)

	2021.6期 第4四半期 会計期間		2022.6期 第4四半期 会計期間		前年比	
	金額	売上比率	金額	売上比率		率差
売上高	38,925	100.0%	40,873	100.0%	-	-
荒利益高	8,242	21.2%	8,332	20.4%	-	-
販管費	6,594	16.9%	6,851	16.8%	-	-
営業利益	1,648	4.2%	1,481	3.6%	-	-
経常利益	1,741	4.5%	1,606	3.9%	-	-
四半期純利益	1,418	3.6%	1,355	3.3%	-	-
新規出店	31店		23店			
大型店→R店改装	1店		5店			
(退店)	0店		0店			

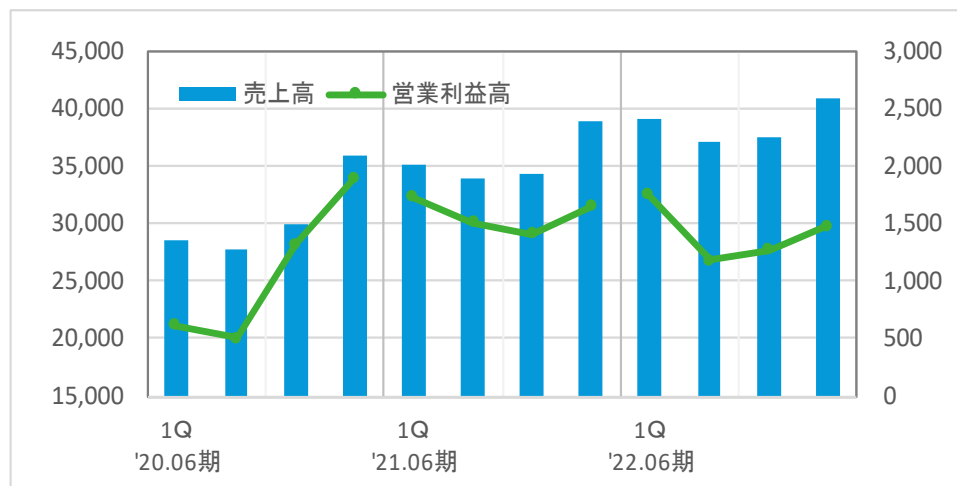
売上高 : ディスカウント戦略、新規出店により増収  
 荒利益高 : 引き続きディスカウント戦略の深耕によって荒利益率の引き下げ  
 販管費 : ポイント販促・チラシ抑制は継続、新入社員の積極的採用、光熱費の増加

※注 2022.6期の各数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しているため、前会計期間との比較等は記載しておりません。

# 四半期会計期間 連結業績推移



(単位:百万円)



(単位:百万円)

(単位:百万円)

	'20.06期					'21.06期					'22.06期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上高	28,505	27,825	29,872	36,020	122,223	35,075	34,041	34,333	38,925	142,376	39,118	37,122	37,525	40,873	154,639
売上昨対(Q)	+7.3%	+9.8%	+22.1%	+31.0%	+17.6%	+23.0%	+22.3%	+14.9%	+8.1%	+16.5%					
荒利益率	21.3%	21.5%	22.4%	22.1%	21.9%	21.6%	21.5%	20.9%	21.2%	21.3%	20.3%	19.5%	19.8%	20.4%	20.0%
販管費率	19.2%	19.7%	18.0%	16.8%	18.3%	16.7%	17.0%	16.7%	16.9%	16.9%	15.9%	16.3%	16.4%	16.8%	16.3%
営業利益高	613	507	1,322	1,898	4,341	1,721	1,509	1,415	1,648	6,294	1,738	1,183	1,272	1,481	5,675
営業利益昨対(Q)	-47.1%	-38.9%	+47.5%	+63.8%	+7.3%	+180.6%	+197.8%	+7.0%	-13.2%	+45.0%					
営業利益率	2.2%	1.8%	4.4%	5.3%	3.6%	4.9%	4.4%	4.1%	4.2%	4.4%	4.4%	3.2%	3.4%	3.6%	3.7%

※注 2022.6期の各数値は、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しているため、前会計期間との比較等は一部記載しておりません。

# 主要経営効率の推移

収益認識基準 適用前 ← → 適用後

項目	単位	2018.6月期	2019.6月期	2020.6月期	2021.6月期					2022.6月期					目標
		累計	累計	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	
坪当たり売上高	万円/坪・年	104.2	103.9	110.7	116.9	112.7	116.2	122.3	116.9	117.1	109.5	114.2	112.6	113.5	130万円以上
坪当たり荒利益高	万円/坪・年	24.1	24.4	24.2	25.3	24.2	24.2	25.9	24.9	23.8	21.3	22.6	22.9	22.7	26万円以上
坪当たり経費高	万円/坪・年	19.5	20.4	20.3	19.5	19.2	19.4	20.7	19.7	18.6	17.9	18.8	18.9	18.6	20万円未満
坪当たり営業利益高	万円/坪・年	4.5	4.0	3.9	5.7	5.0	4.8	5.2	5.2	5.2	3.5	3.9	4.0	4.2	6万円以上
総資産回転率	回	1.7	1.7	1.6	1.6	1.6	1.7	1.8	1.6	1.7	1.6	1.6	1.7	1.6	2.0回以上
ROA	%	7.8	6.7	5.9	8.4	7.7	7.1	7.9	7.6	8.1	5.6	5.9	6.6	6.5	10%以上
ROE	%	16.0	11.1	11.1	18.3	15.6	12.9	18.1	16.2	15.1	10.7	10.8	12.3	12.9	15%以上
自己資本比率	%	39.6	37.3	33.3	33.6	36.4	37.2	35.4	35.4	36.9	37.0	36.8	37.3	37.3	30%以上
利潤分配率	%	20.0	17.6	16.3	22.7	20.7	19.8	20.0	20.8	21.9	16.4	17.1	17.6	18.3	20%以上
従業員1人当たり売場面積	坪/人	36.4	34.4	32.3	32.9	34.3	35.2	29.9	30.5	31.2	33.9	35.8	32.2	31.4	30坪以上
損益分岐点売上高比率	%	80.0	82.4	83.7	77.3	79.3	80.2	80.0	79.2	78.1	83.6	82.9	82.4	81.7	80%以下
店舗平均年齢	歳	4.6	4.7	4.7	5.0	5.1	5.1	5.1	5.1	5.1	5.0	5.0	4.7	4.7	6歳未満

坪当たり経費高を20万円で維持しながら、ディスカウントによって坪当たり売上高(=荒利益高)を押し上げることによって、坪当たり営業利益高を向上させる。(結果として経費率は下がる)



# 2023年6月期 通期業績予想



(単位:百万円)

	2022.6期 実績		2023.6期 予想		前年比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	増減額	増減率
売上高	154,639	100.0%	168,000	100.0%	+13,361	+8.6%
荒利益高	30,954	20.0%	33,600	20.0%	+2,646	+8.5%
販管費	25,279	16.3%	27,800	16.5%	+2,521	+10.0%
営業利益	5,675	3.7%	5,800	3.5%	+125	+2.2%
経常利益	6,087	3.9%	6,150	3.7%	+63	+1.0%
当期純利益	4,420	2.9%	※3,900	2.3%	△520	△11.8%
1株当たり 当期純利益	291.23円		256.87円		△34.36円	△11.8%
新規出店	43店		39店		△4店	-
大型店→R店改装	21店		4店		-	-
(退店)	-		※7店(S&B)		+7店	-

※2023.6期予想には、スクラップ & ビルドとして、大型店退店に伴う上期の特別損失 約400百万円を含んでおります。

# 2023年6月期 通期業績予想(上期/下期)



(単位:百万円)

	上期			下期			通期		
	22.06期 実績	23.06期 予想	全店昨対/ 既存店昨対	22.06期 実績	23.06期 予想	全店昨対/ 既存店昨対	22.06期 実績	23.06期 予想	全店昨対/ 既存店昨対
売上高	76,241	83,000	+8.9%	78,398	85,000	+8.4%	154,639	168,000	+8.6%
			+0.0%			+2.0%			+1.0%
荒利益高	15,184	16,600	+9.3%	15,771	17,000	+7.8%	30,954	33,600	+8.5%
	19.9%	20.0%	+0.1%	20.1%	20.0%	△0.1%	20.0%	20.0%	+0.0%
販管費	12,262	13,750	+12.1%	13,017	14,050	+7.9%	25,279	27,800	+10.0%
	16.1%	16.6%	+0.5%	16.6%	16.5%	△0.1%	16.3%	16.5%	+0.2%
営業利益	2,922	2,850	△2.5%	2,753	2,950	+7.1%	5,675	5,800	+2.2%
	3.8%	3.4%	△0.4%	3.5%	3.5%	△0.0%	3.7%	3.5%	△0.2%
新規出店	9店	8店		34店	31店		43店	39店	
大型店→R店改装	14店	2店		7店	2店		21店	4店	
(退店)	0店	4店		0店	3店		0店	7店	
期末店舗数	352店	390店		386店	418店		386店	418店	

## 1. 22年6月期 実績振り返り

## 2. 戦略

レギュラー店

# 高速多店舗出店への武器



完全標準化 ローコスト店舗  
『レギュラー店』  
‘22/7月現在 319/386店舗 (83%)

コンセプトは  
「近所で生活費が節約できるお店」



# レギュラー店(1) 高速多店舗出店の実現



## 特徴

- 「生活消耗品満載ストア」として  
高来店頻度の実現
- レイアウト、オペレーション、品揃えなど  
徹底標準化でローコスト経営の実現



7,000人商圏でも集客と収益を確保できる店

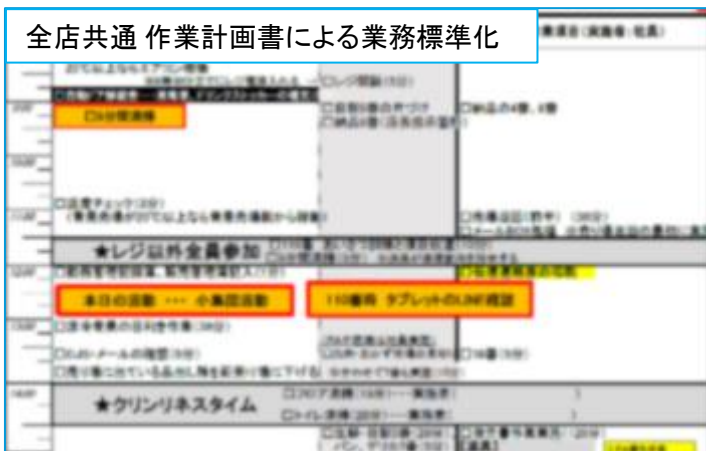
食品構成比の低い(=必要商圏人口の多い)競合他社との  
立地争いに優位、出店数確保の強力なドライバー

# レギュラー店(2) 安定した収益性の維持

冷凍食品(+アイス) 業界同サイズでは最大の20台



全店共通 作業計画書による業務標準化



## 特徴

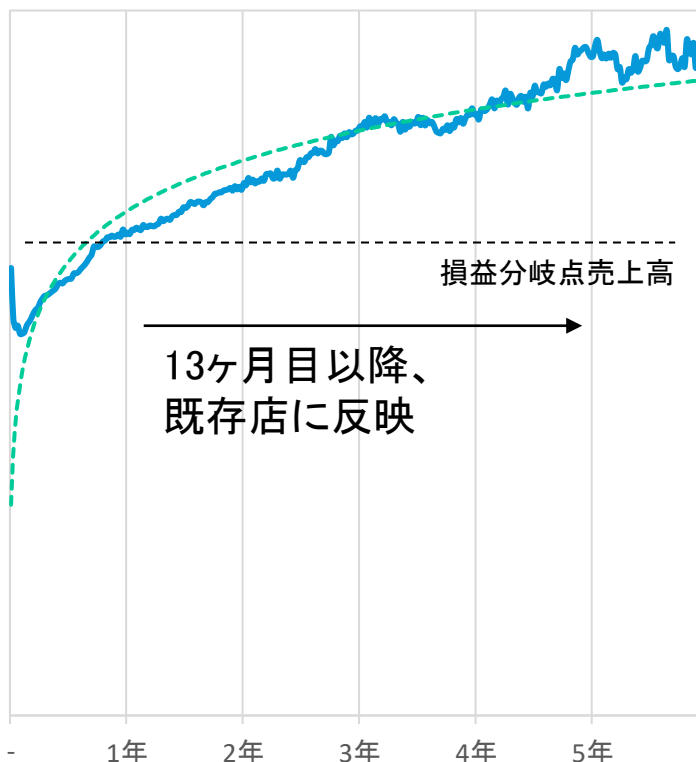
- 足元商圈の繰り返し来店による、少ない競争相手の中での安定収益モデル
- 売上予測課 (店舗開発と別ライン)による、高い精度の収益予測と社内牽制機能
- 完全本部主導の店舗オペレーションによる業界トップの『従業員1人当たり売場面積』で人件費増加を抑制、採用難に対応



為替の影響やインバウンドの増減などの影響が無く、売上や収益性の安定化、想定外のコスト変動が少ない

# レギュラー店(3) 収益への早期寄与

## 1店舗あたりの平均週次売上



## 特徴

- OPENから3年以上、  
1店あたり平均売上高は上昇。  
(初年度が最も伸び率が高い。)
  - 開店後 平均10ヶ月で損益分岐点クリア
- 2年目以降のレギュラー店が  
営業利益への貢献と、既存店昨対を牽引

※R店 (250店)平均 OPEN週を『0週目』に統一して平均値を算出。  
後半になるほどサンプル数が少なくなるため変動幅が大きい



# ディスカウント

# ディスカウント戦略



- 2019年8月10日から、食品を中心とした強力な**ディスカウント(価格切り下げ)**を実施。
- 2020年5月から、日替り特売を抑制し、**EDLPのさらなる追求**
- チラシの折込頻度を毎週→隔週→3週間と減らし、浮いた経費は**ディスカウントの原資**へ

## 目的

厳しいオーバーストア環境の中でお客様のディスティネーションストアになるために、**ゲンキーの強み・特徴**を明確に位置づける。

**ディスカウントビジネス**の追求によって地域の人々の暮らしを豊かにする事が、チェーンストアであるゲンキーの使命である。

※ 2022年7月時点の価格。  
現状とは異なる場合がございます

# 自前主義

# ローコスト経営を支える 自前主義

(1) 店舗開発	不動産ディベロッパーを介さない自社開発によって、 <b>立地の標準化と不動産費の圧縮</b> を実現
(2) プライベートブランド	仕様、デザインから保管管理、配送まで自社で行い、 <b>圧倒的な低価格</b> で節約志向に対応
(3) 物流	3PLに頼らない自社運営で <b>業界最低の物流費比率</b> を維持
(4) 生鮮食品	<b>弁当・惣菜・精肉の自社プロセスセンター</b> を運営。

ディスカウントを追求する為には、**安く売り続ける仕組み**を作らなければならない。  
 ローコスト経営の根幹として自前主義を貫き、  
**業界最大の一人あたり売場面積 30坪・業界最低の坪当たり経費高 20万円/坪・年**

# 自前化(1) 店舗開発部

<b>【店舗開発部】</b> <b>高速出店体制の強化</b>	<b>【売上予測課】</b> <b>出店後の収益確保</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1人2店舗/年 の物件確保必達、組織教育と人員体制の強化</li> <li>● 滋賀/北陸/東海3部の5部体制で、より現地に入り込んだソーシング（現在<u>64名</u>、1年内に<u>100名体制</u>へ）</li> <li>● 現地の不動産業者と連携し、情報収集を強化(自前出店は継続)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 需要予測アプリと自社のノウハウをMIXし、より精度の高い予測値の確立 → <u>予測システムを自前化</u>へ</li> <li>● ポイントカードを利用した来店調査で商圏範囲設定の精度強化</li> <li>● 社長による現地最終確認方式により、さらに厳しい基準へ</li> </ul>

自前化によるコスト圧縮とあわせて、  
 店舗開発部と売上予測課が別組織系で牽制を効かせることで、  
確実に売れる立地に高速で出店する→売場面積を無限大に拡大

# 自前化(2) プライベートブランド

**おすすめしたい理由があります** ゲンキーのオリジナル商品

**さば&赤魚**

「湯煎」でしっとり美味しい

ふっくらとした身がやわらかいさばと、お刺身で美味しい赤魚を、湯煎で調理して美味しく仕上げました。夏場にかけて、お弁当やお酒の肴としても美味しく召し上がれます。

おさかな三昧 さばのみぞれ煮 赤魚のみぞれ煮 赤魚の西京焼

**398円** (税込 429円)

**十八穀ごはん**

18種類の雑穀を独自にブレンドしました。粒の旨みにご飯から、美味の融合が実現しました。炊き上げが色鮮やかに、お昼のランチやお酒の肴にもおすすめです。

わが家の美味しさ おいしい十八穀ごはん 30g×6袋入

**298円** (税込 321円)

**おつまみ磯辺揚げ**

トースターでピクッと、レンジでもちっと美味しく、おつまみパーティーに最適

おつまみ磯辺揚げ 3入

**98円** (税込 105円)

**果実酢**

暑い夏にぴったりの爽やかなレモン味

果実の美味しさ レモン酢100% 800ml

**398円** (税込 429円)

**醤油ラーメン**

おつまみパーティーに最適

おつまみパーティーに最適 醤油ラーメン スープ付 2入

**98円** (税込 105円)

**シウマイ**

おつまみパーティーに最適

おつまみパーティーに最適 シウマイ 15個入

**79円** (税込 85円)

**チーズ感UPでリニューアル!**

フレッシュチーズ スライスチーズ とろけるスライスチーズ

7入

**148円** (税込 158円)

## 低価格と高収益のバランスを取ったMD計画

- 顧客の節約志向に強い訴求力
- ナショナルブランドのディスカウント原資として、さらなる低価格へ還元
- 買上げ点数の向上に寄与

20年以上取り組み続けてきた低価格PB  
→ディスカウント企業としてのブランド確立

※ 2022年7月 時点の価格。現状とは取り扱いが異なる場合がございます

# 自前化(3)-1 物流 今後の計画



- 2019年6月  
岐阜県に、ドライ・チルド・プロセスセンター 『岐阜安八RPDC』稼働  
(投資総額 65億円 / 延床面積 13,000坪)
- 2020年4月  
福井県の物流センター『福井丸岡TC』の増床 + チルドセンター稼働
- 2023年4月(予定)  
富山県小矢部市に、第二RPDCを建設予定  
(延床面積 約11,000坪、投資予定額 60億円 (いずれも仮))
- 2024年(予定)  
愛知県内に、第三RPDCを建設予定  
(延床面積、投資予定額 未定)
- 2024年(予定)  
滋賀県甲良町に、物流拠点としてTCを建設予定  
(延床面積 約3,300坪、投資予定額 未定)

## 2019年稼働

岐阜安八  
RPDC  
(PC & DC + TC)

## 2023年予定

富山小矢部  
RPDC  
(PC & DC + TC)

## 2024年予定

愛知  
RPDC  
(PC & DC + TC)

## 2024年予定

滋賀 TC  
(TC)

福井丸岡TC  
(TC)

- 自前化による物流コスト改善
- 自社物流体制強化により高速出店を支える作業システム改革
- 標準化された複数RPDCを統括管理する物流システム構築

# 自前化(3)-2 物流 カテゴリ納品の取り組み



現状



洋日配



和日配



店舗の一次仕分け

- カテゴリー納品を実施することで、店舗品出し時の一次仕分けを効率化
- 岐阜安八RPDCチルドでカテゴリー納品を確立、他センターへ水平展開

- 自前物流により、店舗の作業を改善  
(チルド商品のカテゴリー納品で、品出し時間15%圧縮)
- これらのノウハウを改善、標準化  
→ドライ商品の「通路別納品」へ横展開



# 自前化(4)-1 生鮮食品 標準化

## 特徴

- 自社プロセスセンター等による  
店舗での加工作業なし
- 本部での在庫管理により  
店舗発注作業なし
- 本部主導でマニュアル化された鮮度管理システム  
+スーパーバイザーの店舗ラウンドによる対面教育



※ 2022年7月10 時点の価格。  
現状とは異なる場合がございます

『店舗作業・店舗判断』による高コスト化を防ぎ、  
本部主導で標準化された鮮度・在庫管理を実現

# 自前化(4)-2 生鮮食品 プロセスセンター



2019年9月、岐阜県安八郡に  
おにぎり・弁当・惣菜・精肉を製造加工する  
 プロセスセンター(PC)を稼働

2023年夏頃、富山県小矢部市に第二PC、  
 2024年、愛知県内に第三PCを計画

## 目的

- 内製化による収益性の向上  
 →低価格 & 鮮度向上でバリューアップ、  
 さらなる競争力強化
- コンセSSIONナリー(テナント型)では  
 実現できない価格帯で、集客の要に

自前主義によるFOOD & DRUG を更に追求  
SMに匹敵する生鮮食品の鮮度・品質へ

※ 2022年7月10 時点の価格。  
 現状とは異なる場合がございます

# 人事戰略

# 人事戦略(1)新・人事制度

- 新・人事制度施行
  - 1万店舗達成に向けて必要となる人物像の明文化
  
- 新・人事制度変更
  - 評価 … 目標管理制度による定量/定性、2軸の5段階評価
  - 報酬 … 半期の数値達成とマネジメント能力、2軸の報酬制度へ
  - 教育 … 課長・次長・部長格の貢献人材に対する教育再投資  
若手層に対する、チェーンストア理論を中心とした理念教育
  - 採用 … 求める人物像に合致した人材の獲得

# 人事戦略(2)組織開発



- スペシャリスト採用
  - 将来の幹部候補として、小売業に変革をもたらす力を持つ人材を採用
  - スカウトによる他業界からの即戦力採用
  - 戦略本部にて強みを活かすフィールドを提供
  - 教育費の傾斜配分により、チェーンストア理論とビジネス知識の両立
- 適材適所の要員配置
  - インベントリーファイルの整備・適性検査の活用
    - … 各部署の活躍人材から要件定義を作成し、計画配転を行う

目指すは 1万店舗チェーンストア企業への挑戦

チェーンストア理論の原理原則に従い、

完全標準化と単純化を徹底し、

年間1千店舗 高速で出店できる体制を構築していく。

－ご注意－

本資料に記載されている予想数値は、当社が現在において入手可能な情報、及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に基づく仮定を前提としています。

また、プレゼンテーションの際の説明には、将来の見通し・判断・計画あるいは戦略が含まれています。これら将来予測による記載及び発言は不確定要素を含んでいることから、実際の業績は、今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

## 【問い合わせ先】

Genky DrugStores 株式会社 IR広報室

E-mail : genky-ir@genky.co.jp

TEL : 0776-67-5240 (ゲンキー株式会社 代表)